

# T&G TAKE and GIVE NEEDS

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ  
2018年3月期決算説明資料

本資料は株式会社テイクアンドギヴ・ニーズの2018年3月期の業績及び経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

本資料に記載した意見や予測等は、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ 経営企画部

Tel 03-3471-6806

E-Mail [ir@tgn.co.jp](mailto:ir@tgn.co.jp)

HP <http://www.tgn.co.jp/company/ir>

I . 2018年3月期 連結決算概要	
1. 連結 損益計算書 概要	P6
2. セグメント情報	P7-12
3. 連結 貸借対照表	P13-14
II . 2019年3月期 経営方針および重点施策進捗	
1. 通期業績予想	P16
2. 経営方針	P17-18
3. 重点施策	
3-1. 国内ウェディング事業	P19-29
3-2. ホテル事業	P30-32
3-3. 海外・リゾート強化	P33-40
III . 2018年3月期 配当予想	P41-42
IV . 会場一覧	P43-46
V . トピックス	P47-55

## 2018年3月期 サマリー

業績		<ul style="list-style-type: none"><li>● 売上高645億円(前期比107.3%)、営業利益27億円(前期比114.2%) 国内ウェディングの店舗リニューアル効果により、前期比増収増益</li></ul>
今期 施策 進捗	国内 ウェディング 事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● <u>2019年3月期受注組数は前期比105.8%</u></li><li>● 既存店強化のため、22店舗でリニューアルを実施</li><li>● ドレス内製率の上昇（丸の内店の開業。関西4店舗の譲受け）</li><li>● 連結子会社株式会社ブライズワードを2018年4月に吸収合併</li><li>● みなとみらいに保育園を開園。保育事業への参画を開始</li><li>● 協業先を拡大し、新たな客層へのアプローチを強化</li></ul>
	ホテル事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● <u>2019年3月期受注組数は前期比121.3%</u></li><li>● コンセプトと優れたデザイン性が評価され、世界で複数のアワードを受賞</li><li>● 欧米宿泊客から支持を集め、宿泊者の外国人比率は81%</li></ul>
	海外・リゾート ウェディング 事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● <u>2019年3月期受注組数は前期比99.7%</u></li><li>● 海外情勢悪化の影響を受けるも、売上高が前期比118.0%</li><li>● ハイアットリージェンシーと提携「瀬良垣島教会」が2018年9月沖縄にオープン</li></ul>

I

## 2018年3月期 連結決算概要

---

*Results of  
FY March 2018*

## I 1-1. 連結 損益計算書 概要

売上高645億円（前期比107.3%）、  
営業利益27億円（前期比114.2%）の増収増益

単位: 百万円	2018/3 計画	2018/3 実績	計画比	2017/3 実績	前年 同期比
売上高	65,000	64,590	-410	60,186	+4,404 (※1)
売上 総利益	39,800 61.2%	39,848 61.7%	+48 +0.5pt	35,922 59.7%	+3,926 +2.0pt (※2)
販管費	37,200 57.2%	37,063 57.4%	-137 +0.2pt	33,483 55.6%	+3,579 +1.8pt (※3)
営業 利益	2,600 4.0%	2,785 4.3%	+185 +0.3pt (※4)	2,439 4.1%	+346 +0.2pt
経常 利益	2,200 3.4%	2,489 3.9%	+289 +0.5pt	2,100 3.5%	+389 +0.4pt
当期 純利益	750 1.2%	888 1.4%	+138 +0.2pt	360 0.6%	+527 +0.8pt

%は売上高比

### 前期比差異要因

- 売上高 (※1)  
前期比 +4,404百万円  
✓ 国内ウェディング、リニューアル店舗が好調  
✓ TRUNK(HOTEL)が稼動
- 売上総利益率 (※2)  
前期比 +2.0pt  
✓ 内製化による収益改善効果
- 販管費 (※3)  
前期比 +3,579百万円  
✓ 新店開業費用及び、拠点数の増加

### 計画比差異要因

- 営業利益 (※4)  
計画比 +185百万円  
✓ TRUNK(HOTEL)が業績好調

### 特別損失の計上

- 主な特別損失の内訳  
✓ 店舗閉鎖に伴う損失（160百万円）  
✓ グラム店舗減損損失（154百万円）  
✓ システム切り替えに伴う除去損（88百万円）

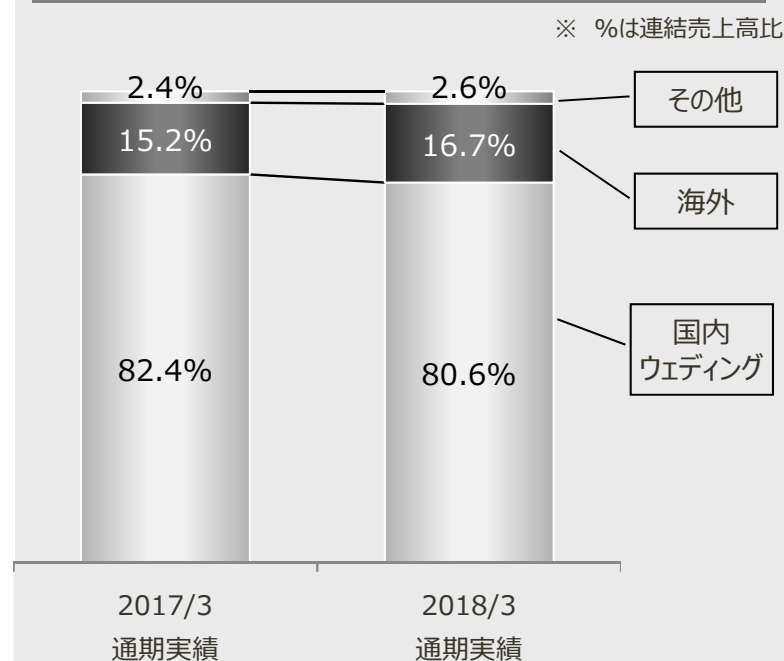
## I 2-1. 事業セグメント別 売上高・売上構成比

国内ウェディング事業の売上高は前期比105.1%

海外・リゾートウェディング事業の売上高は前期比118.0%

単位：百万円	2017/3 実績	2018/3 実績	前年 同期比
国内ウェディング事業	49,568	52,096	+2,527
ホテル (TRUNK)	—	3,646	—
海外・リゾート ウェディング事業	9,156	10,801	+1,645
その他	1,461	1,692	+231
連結売上高	60,186	64,590	+4,404

### セグメント別売上構成比推移



海外売上高比率 15.2% → 16.7%

※ 国内ウェディング事業：(株)T&G、(株)TRUNK、(株)ブライズワードの合計

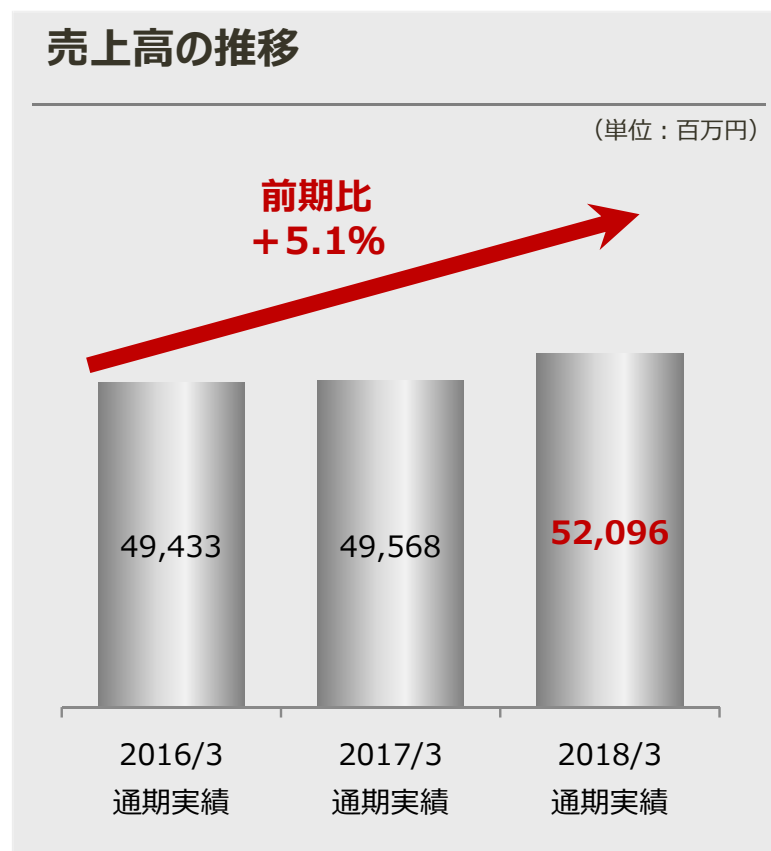
## I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

### 国内ウェディング事業は リニューアル店舗効果により増収増益

単位: 百万円	2018/3 計画	2018/3 実績	計画比	2017/3 実績	前期比
売上高	52,000	52,096	+96	49,568	+2,527
売上 総利益	31,720 61.0%	31,746 60.9%	+26 -0.1pt	29,284 59.1%	+2,462 +1.8pt
営業 利益	3,800 7.2%	3,944 7.6%	+144 +0.4pt	3,469 7.0%	+475 +0.6pt

%は売上高比

※国内ウェディング事業は、(株)T&G、(株)TRUNK、(株)ブライズワード（2017年3月末時点：69店舗103会場、2018年3月末時点：69店舗105会場）



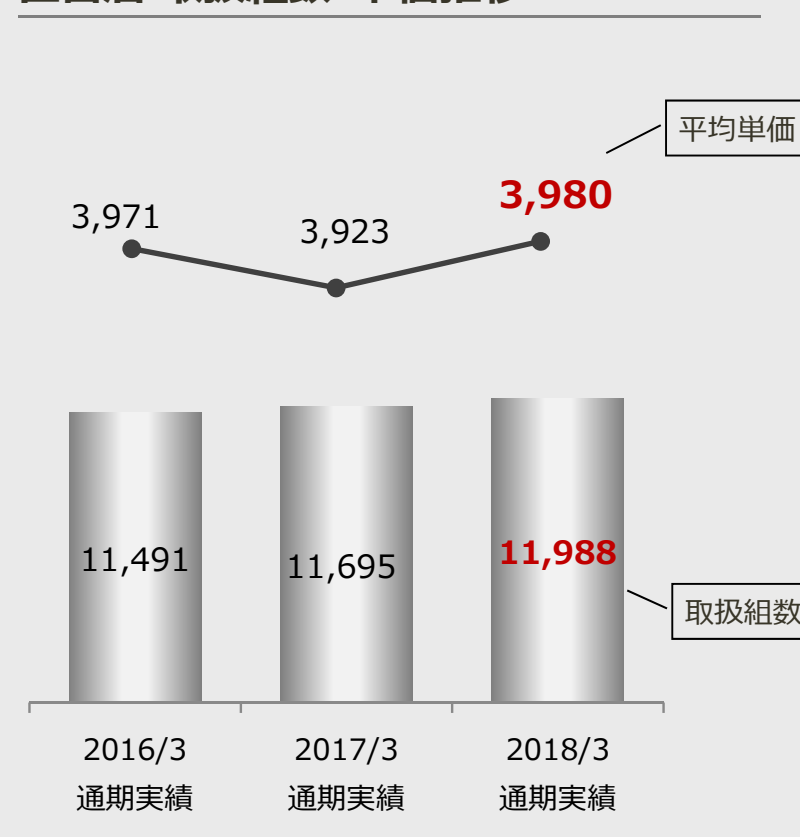


## I 2-2. 国内ウェディング事業 内訳

### 直営店において、取扱組数・平均単価ともに上昇

単位: 百万円	2018/3 計画	2018/3 実績	計画比	2017/3 実績	前期比
<b>直営店</b>					
売上高	46,600	46,721	+121	44,869	+1,852
取扱組数	12,000	11,988	-12	11,695	+293
平均単価 (千円)	3,922	3,980	+58	3,923	+57
平均人数	72.1	72.7	+0.6	72.8	-0.1
<b>コンサルティング</b>					
売上高	1,550	1,637	+87	1,557	+80
取扱高	1,520	1,673	+153	3,726	-2,053
取扱組数	560	563	+3	1,226	-663
<b>その他（宿泊、レストランなど）</b>					
売上高	3,850	3,738	-112	3,140	+598

直営店 取扱組数・単価推移 (単位：件数、千円)



※ 直営店には、(株)T&G、(株)TRUNK、(株)ブライズワードを含む。(2017年3月末時点：69店舗103会場、2018年3月末時点：69店舗105会場)

※ コンサルティングにはホテル婚礼運営受託、レストラン提携等を含む。(2017年3月末時点13施設、2018年3月末時点で7施設)

※ コンサルティング取扱高：対象ホテルにおける売上高（ホテル婚礼運営受託分）+ T&G売上高（レストラン提携等）

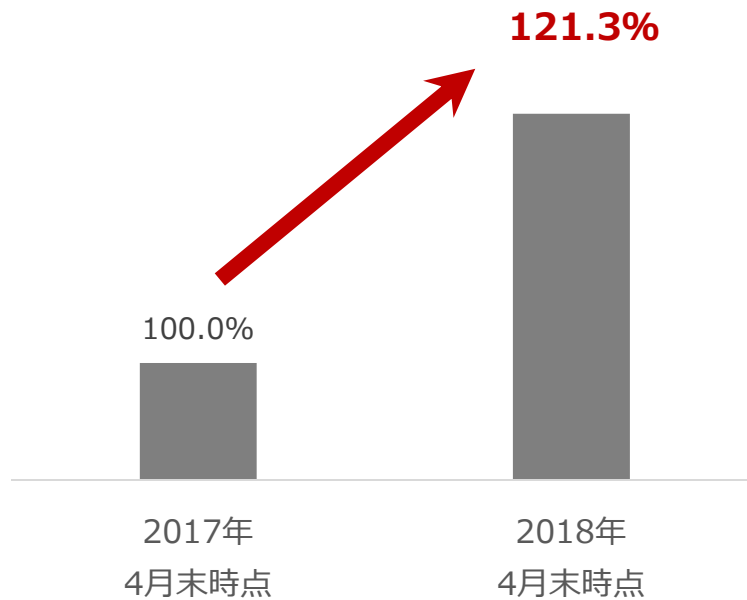
※ 件数には(株)T&G、(株)TRUNK、(株)ブライズワードの施行件数を含む。

## I 2-3. ホテル事業

# TRUNK(HOTEL)、婚礼受注は堅調 優れたデザイン性・コンセプトが欧米宿泊客の支持を集める

### 2019年3月期 受注組数 前期比※1

\*12017年の次期受注組数を100%とした場合のパーセンテージをグラフで表示



### 宿泊実績

ADR	59,775円
宿泊者の 外国人比率	81%※2

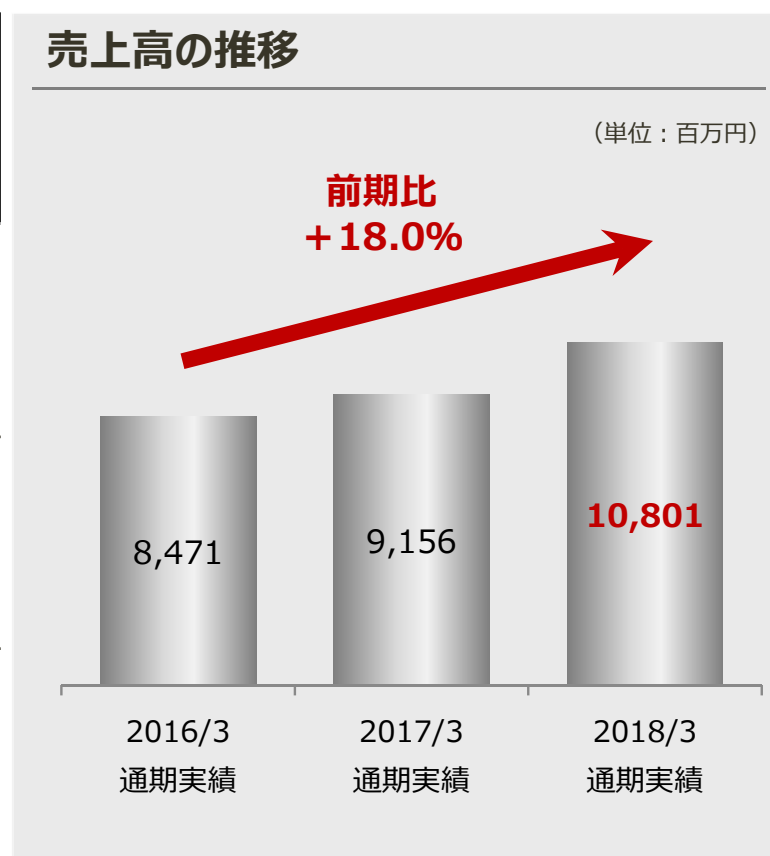
※2 うち欧米人の比率は84%

I 2-4. 海外・リゾートウェディング事業 内訳

海外・リゾートウェディング事業は売上高が前期比118.0%  
 新店の通期稼働により増収増益

単位: 百万円	2018/3 計画	2018/3 実績	計画比	2017/3 実績	前期比
売上高	11,300	10,801	-499	9,156	+1,645
売上 総利益	7,700 68.1%	7,479 69.3%	-221 +1.2pt	6,113 66.8%	+1,366 +2.5pt
営業 利益	630 5.2%	602 5.6%	-28 +0.4pt	565 6.2%	+37 -0.7pt

%は売上高比

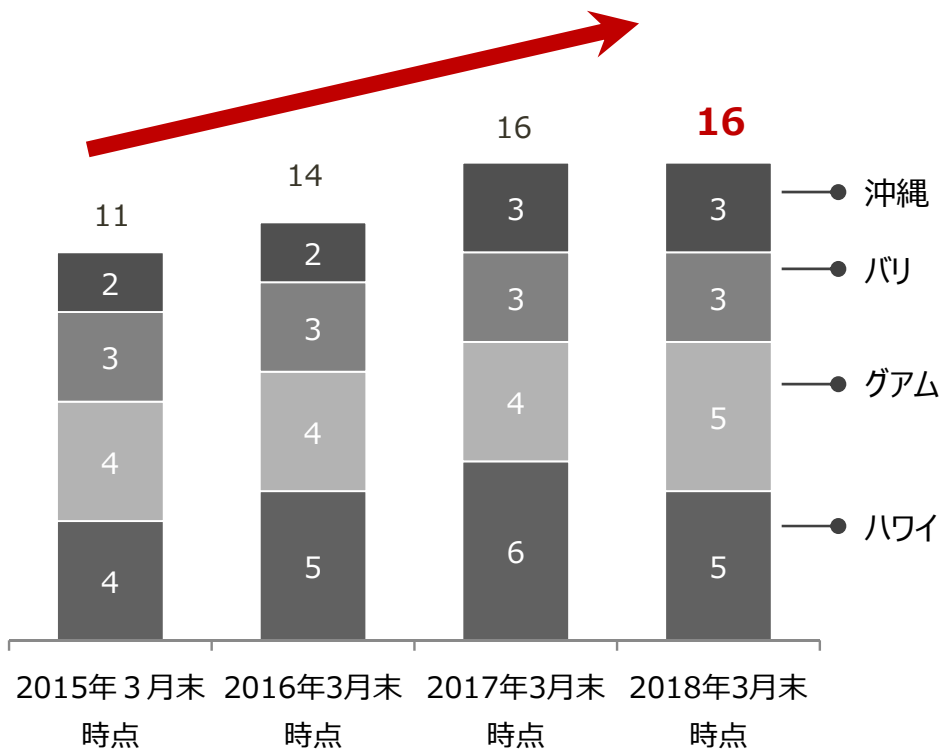


I 2-4. 【参考】海外・リゾート拠点数・件数比較

## 海外情勢悪化の影響により 2018年1-3月期は施行組数が前期比で減少

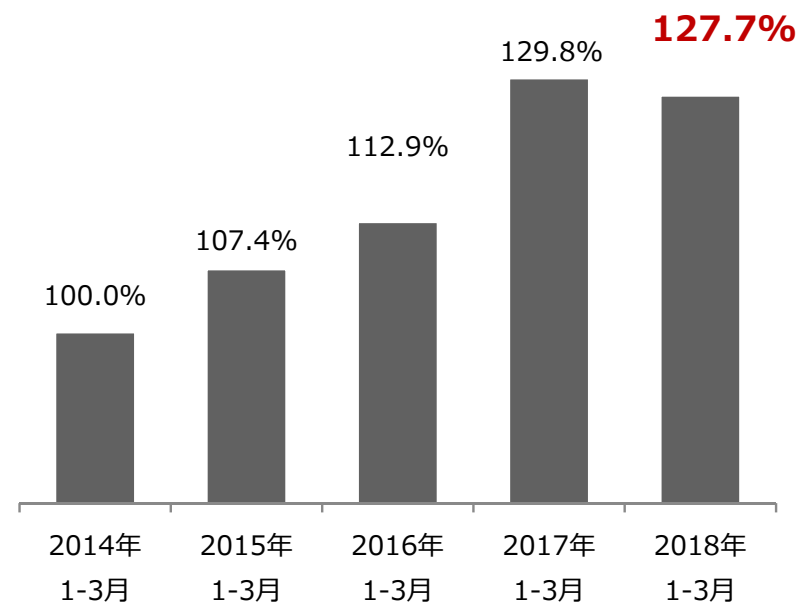
拠点数比較\*1

\*1拠点数の比較は、各年3月末時点での拠点数を表示



施行組数比較\*2

\*22013年の各四半期の組数を100%とした場合の、2013年から2017年のパーセンテージをグラフで表示



## I 3-1. 連結 貸借対照表 <資産の部>

### 新店開業により固定資産が増加

単位:百万円	2017/3末	2018/3末	増減
流動資産	9,643	10,520	+876
現金及び預金	4,918	4,769	-148
固定資産	42,533	45,505	+2,972
有形固定資産	31,743	35,037	+3,293
無形固定資産	1,143	887	-255
投資その他資産	9,647	9,580	-66
資産計	52,176	56,025	+3,849

#### 主な増減要因

- 有形固定資産 +3,293百万円
  - ✓ TRUNK(HOTEL)
  - ✓ 海外リゾート新店
  - ✓ 国内店舗リニューアル

## I 3-2. 連結 貸借対照表 <負債・純資産の部>

### 有利子負債残高は前期比減少

単位:百万円	2017/3末	2018/3末	増減
負債合計	31,690	34,889	+3,198
流動負債計	16,510	15,597	-912
短期借入金	800	1,310	+510
(一年内)長期借入金・社債	6,311	4,990	-1,320
固定負債計	15,180	19,291	+4,111 (※2)
長期借入金・社債	12,422	12,912	+489
純資産計	20,485	21,136	+650
負債・純資産計	52,176	56,025	+3,849
有利子負債	19,534	19,213	-320 (※1)

#### 主な増減要因

- 有利子負債の減少 (※1)  
前期末比 -320百万円
- 長期リース債務の増加 (※2)  
前期末比 +3,497百万円

# II

2019年3月期

経営方針および通期連結業績計画

---

*Management Policies and Financial plan  
of FY Ending March 2019*

## II 1. 2019年3月期 連結 通期業績予想

業績予想は売上高660億円、営業利益32億円

単位: 百万円	第2四半期 (累計)			通期		
	2018/3 実績 (A)	2019/3 予想 (B)	増減額 (B-A)	2018/3 実績 (A)	2019/3 予想 (B)	増減額 (B-A)
売上高	31,082	32,000	+918	64,590	66,000	+1,409
営業利益	683	1,100	+417	2,785	3,200	+414
経常利益	491	950	+459	2,489	2,800	+310
当期純利益	36	500	+464	888	1,100	+211



## II 2. 2019年3月期 経営方針

# 2019年3月期は3つの事業の成長戦略を推進

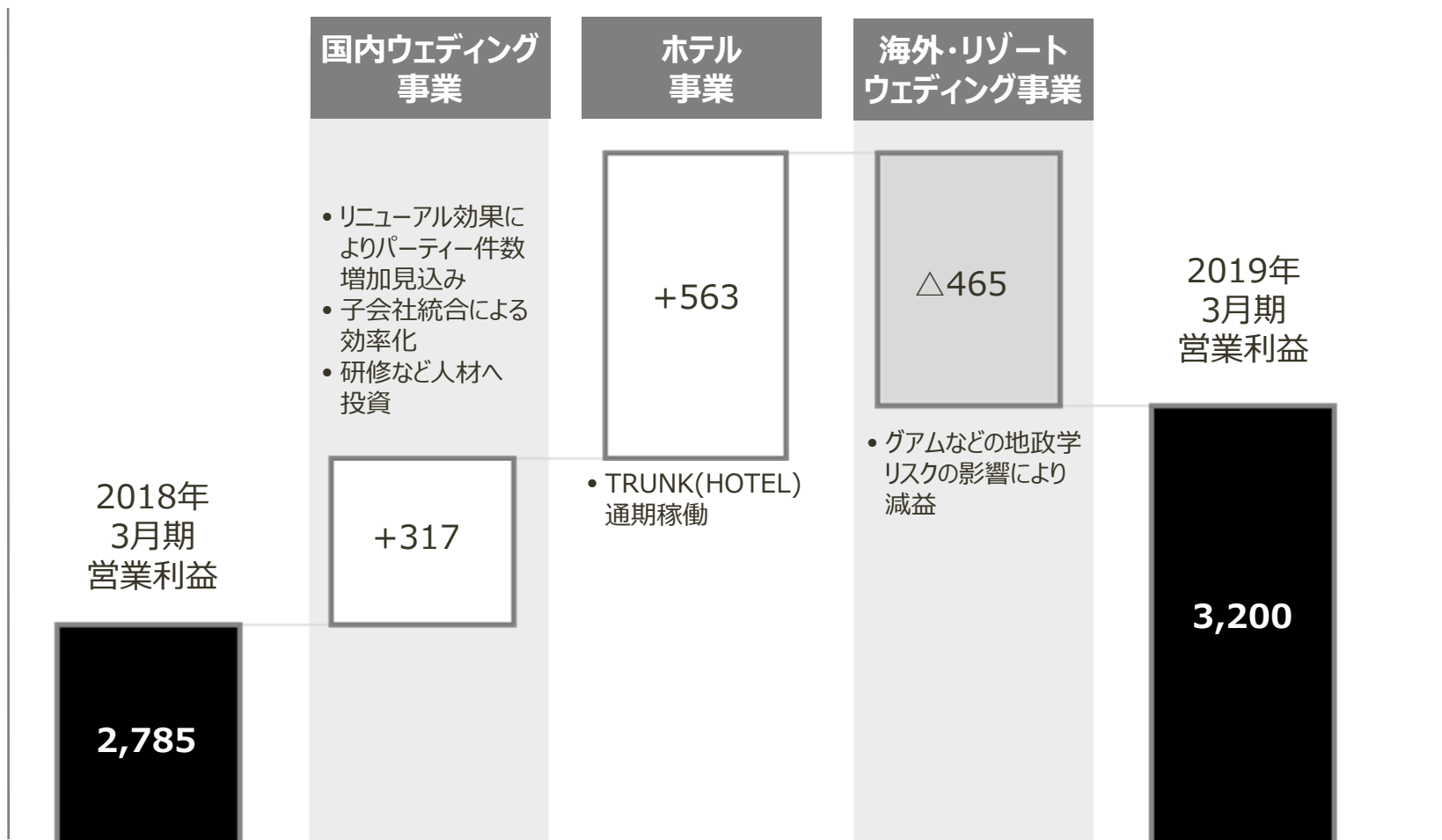
重点テーマ	概要
国内ウェディング事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● 既存店舗の戦略的リニューアルを継続</li><li>● ドレス内製化の強化（丸の内と関西ドレスショップの通年稼働）</li><li>● 吸収合併による効率化の推進</li><li>● 東京會館施行開始</li><li>● LTV（顧客生涯価値）サービスの構築と推進</li><li>● 収益機会拡大に向け協業サービスを拡充</li><li>● 保育事業の拠点拡大</li></ul>
ホテル事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● TRUNK（HOTEL）通年稼働</li><li>● ホテルの出店を計画</li></ul>
海外・リゾートウェディング事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● 沖縄「瀬良垣島教会」が2018年9月にオープン</li><li>● グアム「ジュエル・バイ・ザ・シー」をリニューアル</li><li>● アジア地域の拠点拡大、人材育成</li></ul>

## II 3. 2019年3月期の重点施策と営業利益

2019年3月期営業利益は32億円（+15.0%）を計画

単位：百万円

### 営業利益前期比増減額



# 国内ウェディング事業



## 戦略的リニューアルを継続

### 2019年3月期は20店舗でリニューアルを計画

#### ◆ 2019年3月期 店舗リニューアル計画

種別	対象店舗	1店舗当たり 投資額	リニューアル内容
大規模 リニューアル	2店舗	150M	チャペル・バンケット・ガーデンの 全館改装
中規模 リニューアル	8店舗	20M～50M	チャペル、ガーデン、バンケット 独立した空間単独リニューアル
家具入替	10店舗	10M～20M	会場内の家具・調度品の デザインチェンジ

## II 3-1. 国内ウェディング事業：【参考】リニューアル店舗の受注状況

国内  
ウェディング

ホテル

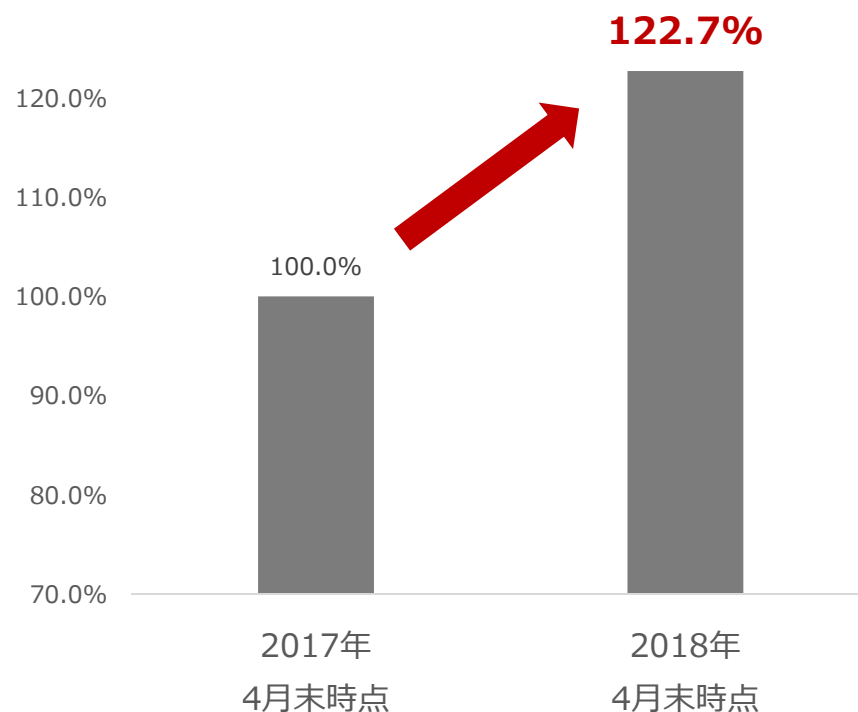
海外・  
リゾート

# リニューアル店舗の2019年3月期受注組数は 前期比122.7%と大幅増（2018年4月末時点）

リニューアル店舗※1  
2019年3月期 受注組数 前期比※2

\*12018年3月期の大規模、中規模リニューアル実施11店舗

\*22017年の次期受注組数を100%とした場合のパーセンテージをグラフで表示



<アーヴェリール迎賓館 名古屋>

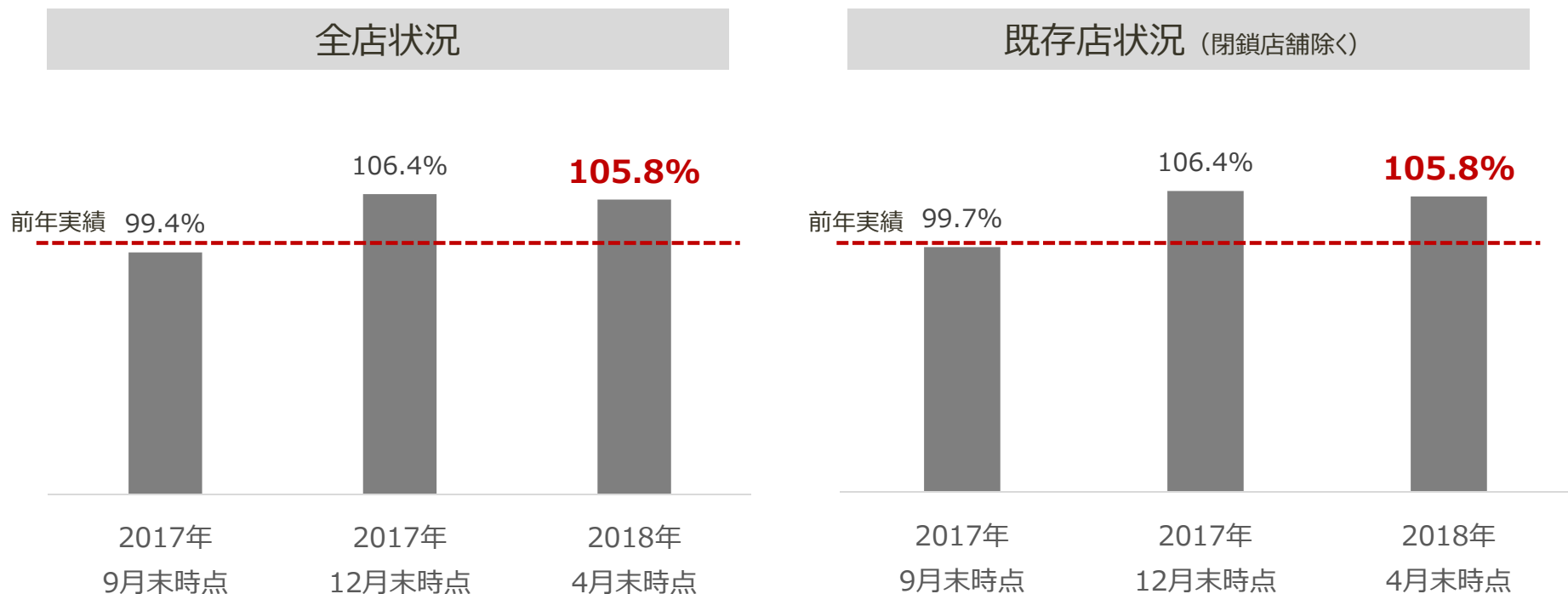


<アーヴェリール迎賓館 大宮>

II 3-1. 国内ウェディング事業：【参考】受注組数進捗

2019年3月期受注組数はグループ全店で  
前期比105.8%で推移（2018年4月末時点）

**2019年3月期受注組数 対前期比**



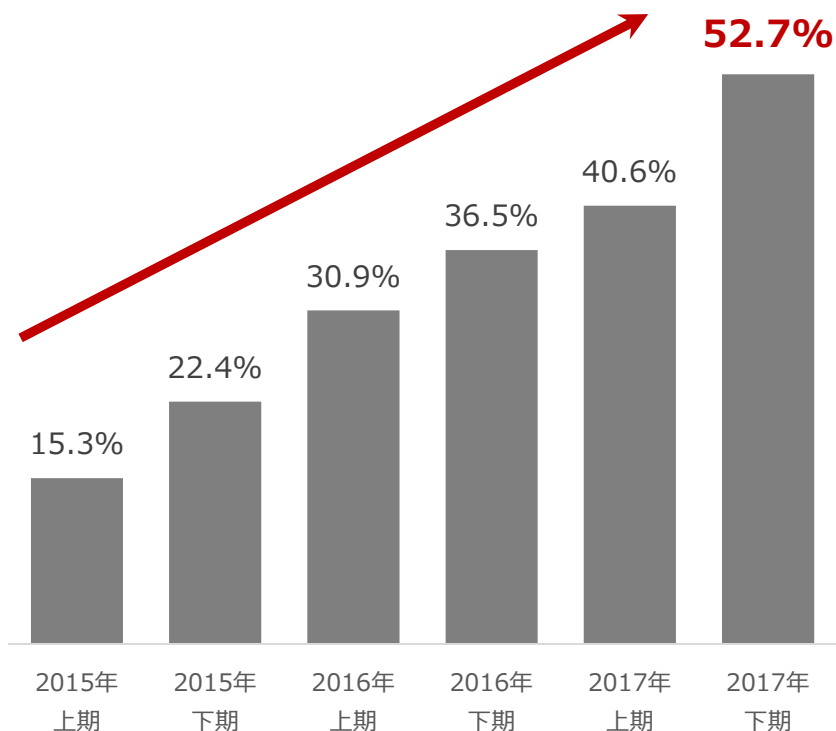
全店：2017年 9月末 69店舗105会場（前年 70店舗107会場）  
 2017年 12月末 69店舗105会場（前年 69店舗105会場）  
 2018年 4月末 69店舗105会場（前年 69店舗105会場）

既存店：69店舗105会場  
 （2017年12月末以降は全店と同条件）

## 都内・横浜・関西のドレス内製化は順調に進捗

### 都内、横浜エリア 内製化比率推移\*1

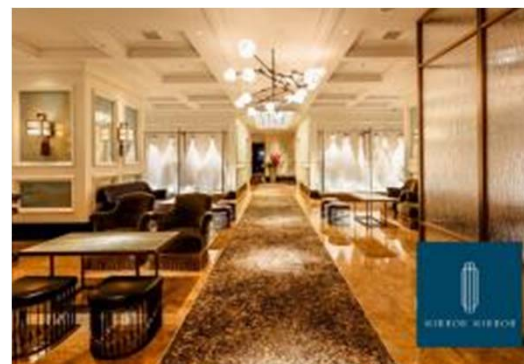
\*1各年6ヶ月間のドレス内製化比率  
(=内製化した店舗のドレス受注件数÷婚礼件数)の推移をグラフで表示



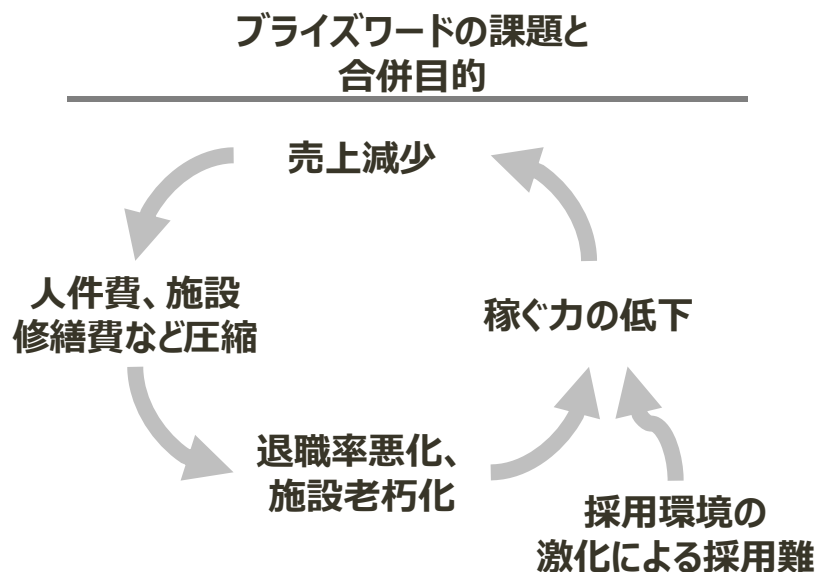
### 関西エリア 内製化比率推移

関西エリア4店舗  
内製化比率  
(2017年下期)

63.2%



## 吸収合併子会社10店舗の運営効率化を推進



悪循環を断ち切るため合併

### 合併の目的

- 人事全般の共通化による人材確保/育成
- 本社機能の統合による運用能力の強化  
(店舗支援、経営管理、施設管理など)
- 施設修繕、リニューアルの実行

### 運営効率化の対策

- **営業施策の共有化**  
⇒ 広告撮影やブライダルフェアの企画など営業  
施策の共有化と接客教育を強化
- **本社部門の集約**  
⇒ 店舗リニューアル、採用、経理といった本社  
機能をT&Gと集約
- **ドレス事業の集約**  
⇒ ブライズワード直営のドレスショップをDressmoreへの  
集約と提携店への切替えを推進
- **大阪にケーキ工房を設立**  
⇒ T&G含む大阪5店舗を対象にウェディングケーキを  
内製化



## II 3-1. 国内ウェディング事業：連結子会社の吸収合併

国内  
ウェディング

ホテル

海外・  
リゾート

### ブライズワード店舗一覧（10店舗）

●：ブライズワード直営店舗



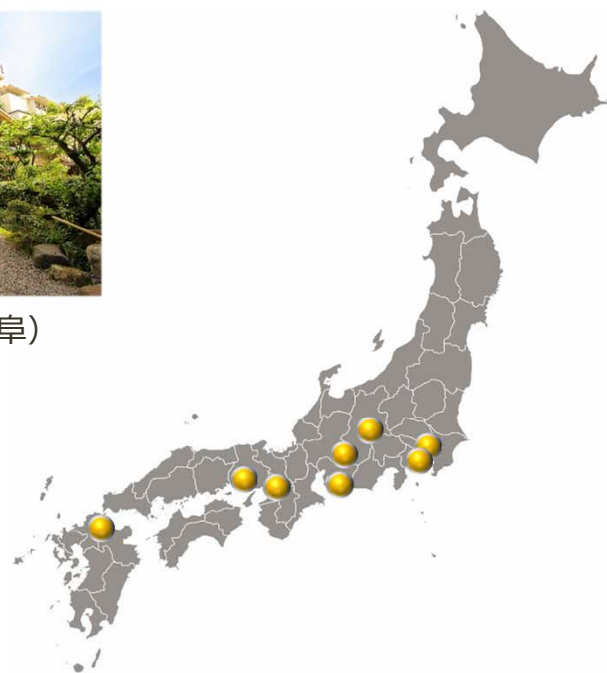
アルモニーテラス（岐阜）



アルモニーヴィラ  
オーゼアルダン（常滑）

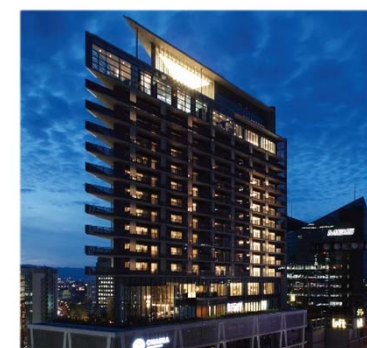


アルモニーアッシュ（姫路）



#### 【ブライズワード店舗一覧】

- ✓ アルモニーソルナ表参道（表参道）
- ✓ ヴィクトリアガーデン恵比寿  
迎賓館（恵比寿）
- ✓ THE SEASON'S（横浜）
- ✓ アルモニーテラス（岐阜）
- ✓ アルモニーヴィラ オーゼアルダン（常滑）
- ✓ アルモニービアン（松本）
- ✓ アルモニーアンブラッセ（大阪）
- ✓ アルモニーアンブラッセ  
イトハウス（大阪）
- ✓ アルモニーアッシュ（姫路）
- ✓ アルモニーサンク（小倉）

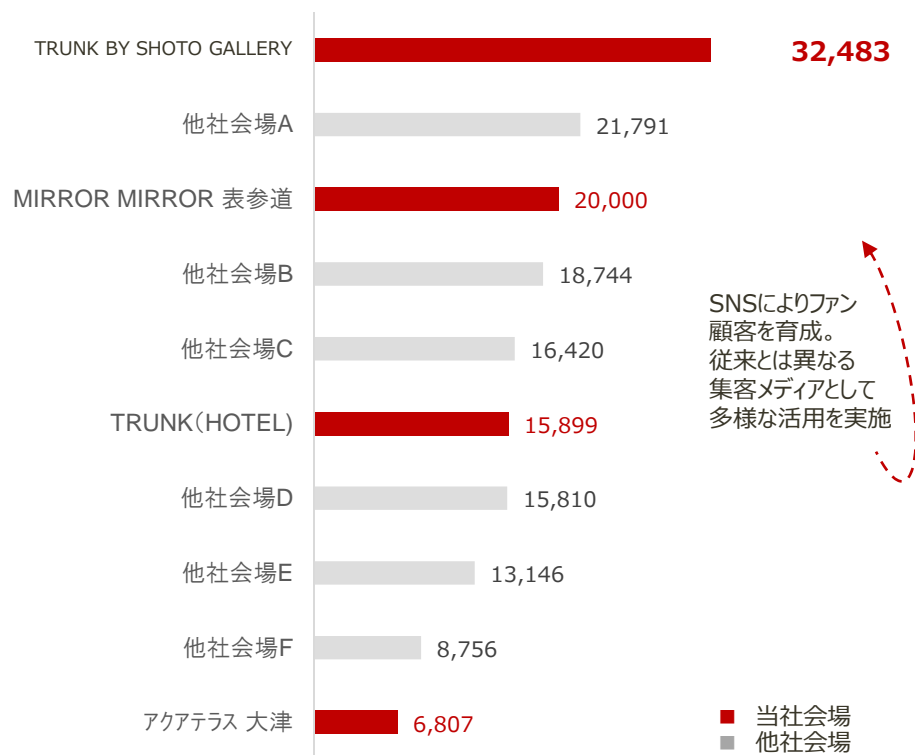


アルモニーアンブラッセ（大阪）

## SNSを利用したプロモーションを強化 新たな集客メディアとして多様な活用を実施

### 全国ブライダル会場 インスタグラム フォロワー数

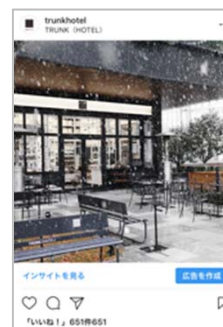
▶ アカウントのフォロワー数で、当社会場が全国トップ10に4会場がランクイン



(2018年3月発行 ブライダル産業新聞より当社調べ)

### フォロワー数増加の施策と活用例

▶ TRUNK (HOTEL)  
ユーザーのアクティブ時間帯を分析し、動画や独創的な写真を投稿



▶ BAYSIDE GEIHIKANKAN VERANDA  
挙式前後の顧客を対象としたイベントをSNSで集客  
顧客満足度アップと受注増に貢献



## 東京會館 2019年1月にリオープン 婚礼受注数は堅調に推移

オープン予定日：2019年1月予定  
住所：東京都千代田区丸の内3-2  
披露宴会場：7会場  
挙式会場：2会場（チャペル1会場、神殿1会場）

T&Gと東京會館は、2016年10月に婚礼部門の業務提携を行い、東京・丸の内にある東京會館本館のリオープンに向けて、マーケティング調査、コンセプト設計、料理や演出などの商品開発を行ってまいりました。

そして2017年12月に「ウェディングサロン開業準備室」を東京・有楽町にオープンし、婚礼受注を開始しました。丸の内エリア最大級の大型バンケットや伝統的な建築様式の神殿を設置し、大正時代から続く伝統を重んじながら、革新的で格式の高さを備えた「NEWCLASSICS.」をテーマに、新たな婚礼スタイルをご提案します。



<有楽町駅徒歩1分の立地に、ウェディングサロン開業準備室がオープン>



<皇居を望み自然光が降り注ぐチャペル>

## 結婚式場向け装飾レンタル事業を開始

概要：結婚式会場に対して、会場装飾品一式をレンタル提供

商品内容：会場装飾一式（9パターン）：ウエルカムスペース、フォトスポット、デザートビュッフェ、メイン卓・ゲスト卓のテーブルコーディネート等

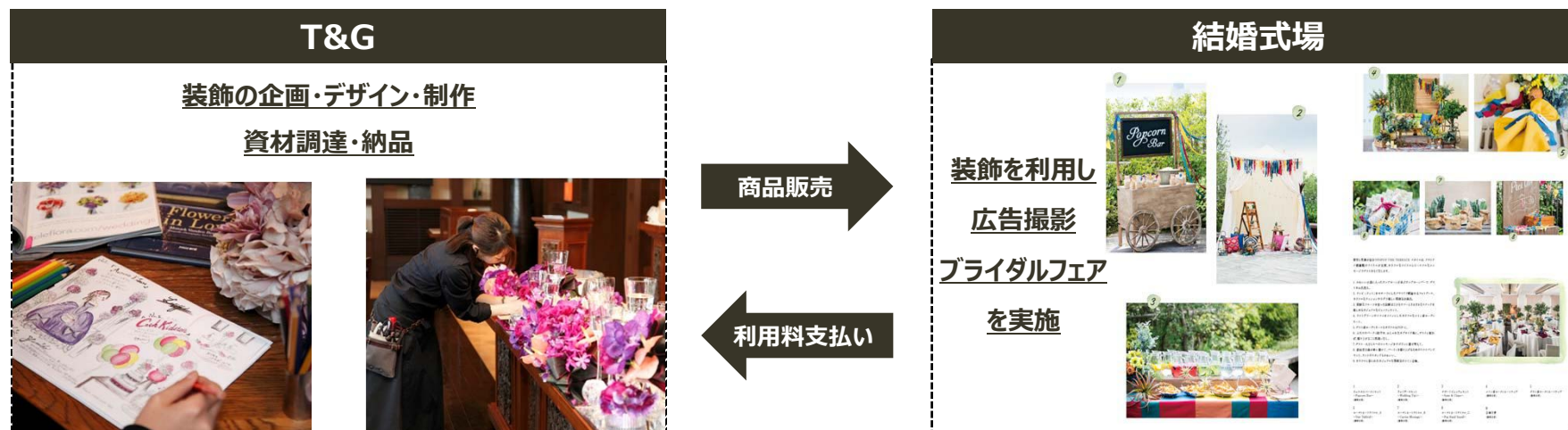
販売開始日：2018年4月2日

ソーシャルメディアの普及によるビジュアルニーズの高まりから、会場装飾の細部まで重視するカップルが増えています。

当社は、結婚式場に対して、カップルのニーズに応じた世界観を提供できる会場装飾レンタルサービスを開始しました。当サービスを利用する結婚式場は、仕入れ・維持コストの改善をしながら、ウェディングバリエーションの提供が可能となります。

当社装飾チームの企画・提案力、資材調達・維持スキームを活用し、業界全体でウェディングニーズの多様化に対応すべく、新たな事業を展開してまいります。

### ビジネスモデル概要



## II 3-1. 国内ウェディング事業：協業サービスの拡充

国内  
ウェディ  
ング

ホテル

海外・  
リゾート

# 他社との協業により 平日稼働の向上と、地域・顧客との接点を拡大

### T&G オリジナルコンテンツ配信メディア 「the Doors」配信開始

「the Doors」は挙式予定のお客様、また挙式済過去5年以内のお客様へT&Gのオリジナルのイベントや新生活に役立つ情報をお届けするサービスとなります。  
これによりお客様との関係を幅広く、かつ長く保つことを目指します。

*the Doors*

by TAKE and GIVE NEEDS

TOPICS トピックス



*Life Style*

【Concept】-the Doors-  
ブレイクを意識すると結婚準備は  
もっと楽しい

TOPICS トピックス



*Promotion*

「見て幸せ、作って楽しい」  
大人気料理動画  
TASTY JAPANのマグで作る朝ごはん4選

### 料理動画メディア「Tasty Japan」と協業 大人のピクニックをテーマにショートMOVIE上映

BuzzFeed Japan株式会社が  
運営する料理動画メディア  
「Tasty Japan」との協業企画。

「大人のナイトピクニック」をテーマ  
に、ショートフィルムを鑑賞しながら、  
オリジナルレシピの料理を召し  
あがっていただけます。



### antenna\*と協業 情報発信やユーザー招待イベントを開催

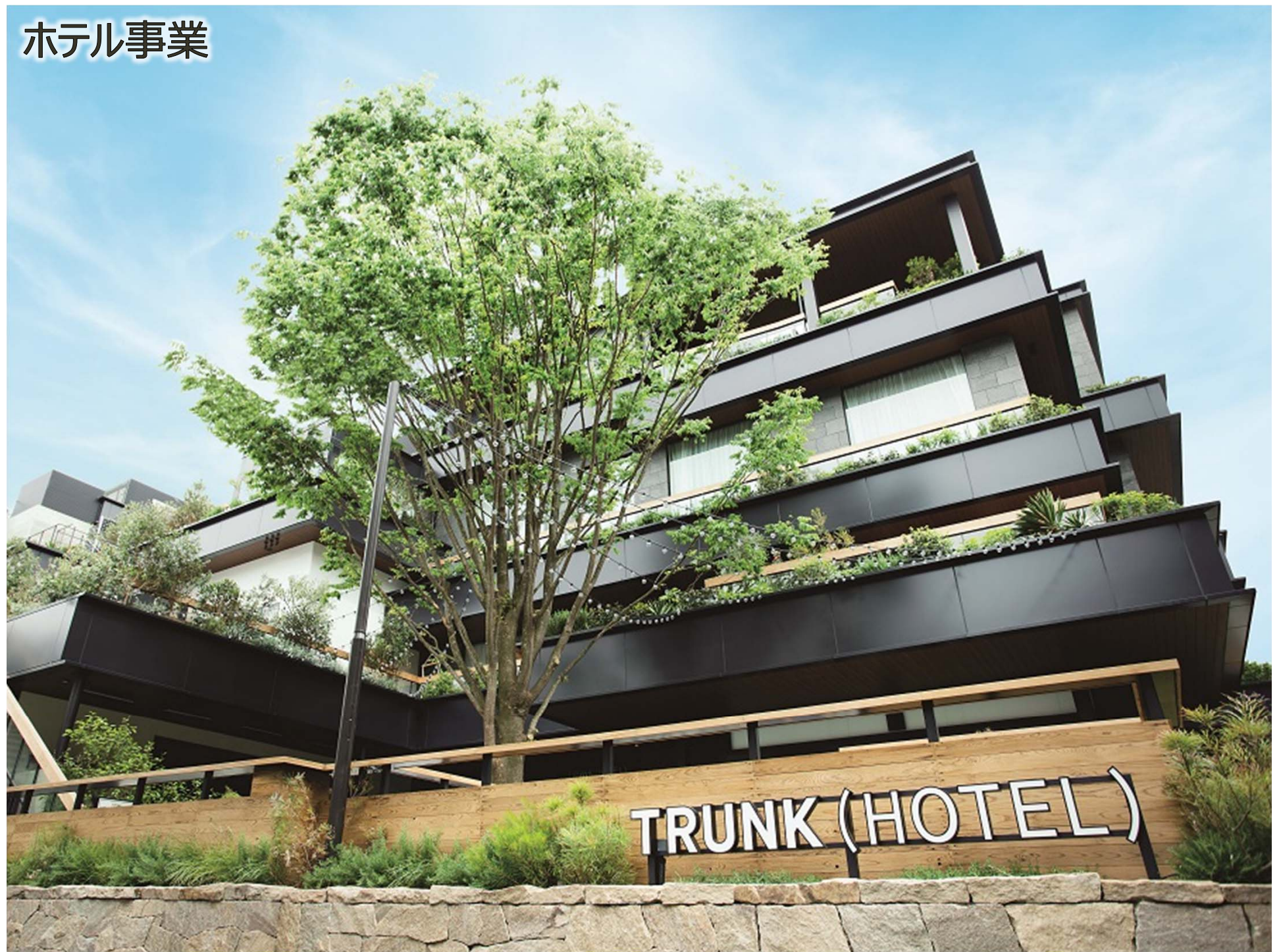
株式会社グライダーアソシエイツ  
が運営するキュレーションアプリ  
antenna\*との協業企画。

サービスを利用する情報感度の  
高いユーザーに、情報発信や  
ユーザー招待イベントを開催して  
いきます。

いま気になる。いま好きになる。

**antenna\***  
TOKYO\* LIFE

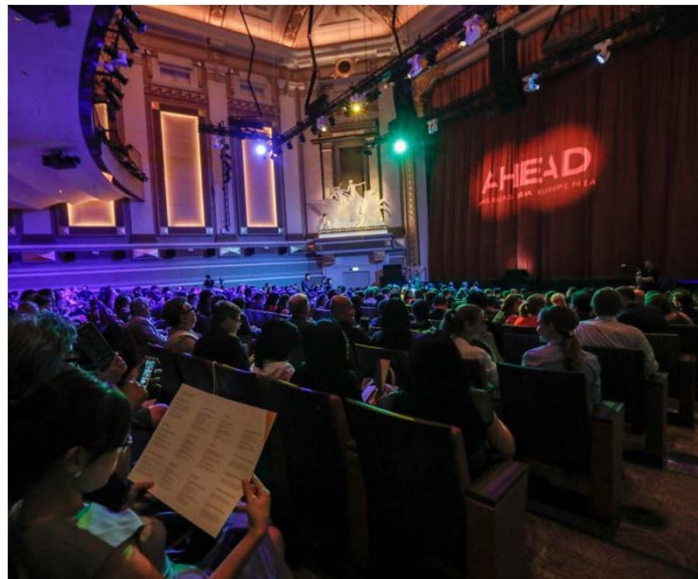
# ホテル事業



## 革新的なホテルとしてAHEAD Asia 2018 でAWARDを受賞

- ❖ The New Concept of the Year (ニューコンセプト賞)
- ❖ AHEAD Asia Hotel of the Year (ベストホテル賞) 第4位

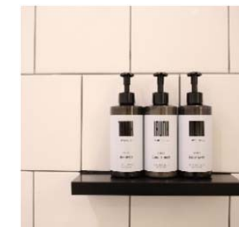
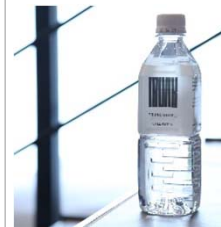
アジアパシフィック全てのホテルを対象に最も革新的なホテルを表彰するアワード「AHEAD Asia」で、デザイン・サービス・商品に至るまで、コンセプトとする等身大の社会貢献（ソーシャライジング）が、高く評価されました。



### TRUNK (HOTEL) コンセプト

「ENVIRONMENT (環境)」「LOCAL FIRST (ローカル優先主義)」「DIVERSITY(多様性)」「HEALTH (健康)」「CULTURE(文化)」という5つのカテゴリーに注力しながら、「一人一人が日々のライフスタイルの中で、自分らしく、無理せず等身大で社会的な目的をもって生活すること」という「ソーシャライジング」がコンセプト。

#### オリジナル商品の開発



## コンセプト・デザイン性・ホスピタリティが評価され 多くの海外メディアで掲載

❖ **経済誌 米Forbes**  
**Five Cool Design Hotels Around the World**  
**(世界のクールなデザインホテル5選)**

高いデザイン性と独自性が評価され、世界のクールなデザインホテル5選に選出



❖ **MONOCLE Travel Top 50 2017**

欧米を中心に世界中の高感度なビジネスマン・文化人に読者をもつ世界65か国以上で販売されているグローバル情報誌。優れたトラベル & ホスピタリティにおけるコンテンツ世界TOP50に選出

❖ **Travel + Leisure It List 2018**

月刊100万部近くの売上を誇り、世界的に強い影響力をもつ大手旅行雑誌「Travel + Leisure」編集部が世界中の新しいホテルの中から優れたホテルを選ぶ「It List 2018」に国内で唯一選出



❖ **Condé Nast Traveler Hot List 2018**

米トラベル誌「Condé Nast Traveler」が世界中のニューオープンホテルから特に優れたホテルを表彰する「Hot List 2018」に国内で唯一選出



❖ **United Airlines機内誌 (Hemispheres) The New Hotel Top 20**

世界のニューオープンホテルのtop20ホテルとして選出



# 海外・リゾートウェディング事業



＜沖縄新店：瀬良垣島教会 2018年9月オープン＞

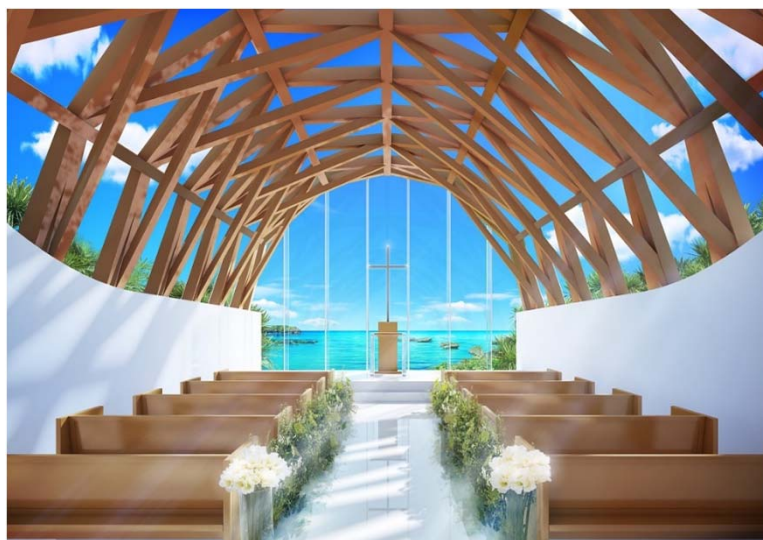
## 海外・リゾートウェディング事業は 新規拠点開拓を強化

事業領域	重点テーマ	詳細
リゾート ウェディング	新規拠点	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「ハイアットリージェンシー 瀬良垣アイランド 沖縄」内に360度海に囲まれた光あふれるチャペルを新設</li> <li>● グアム「ジュエル・バイ・ザ・シー」のリニューアル</li> <li>● 新規拠点の開拓</li> </ul>
リゾート ×アジア	アジアからの送客	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アジア現地からのリゾートウェディング送客強化</li> <li>● アジア圏内に新拠点の開拓</li> </ul>
海外 ローカル ウェディング	新規拠点	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 台湾の直営ゲストハウス「シャトー・ドゥ・フェリシテ」集客・受注共に好調に推移</li> </ul>

## ハイアットリージェンシー 瀬良垣アイランド 沖縄に 「瀬良垣島教会」 2018年9月オープン

オープン：2018年9月  
チャペル名：瀬良垣島教会  
所在地：沖縄県国頭郡恩納村字瀬良垣都田原1108番地  
収容人数：最大40名（着席）

那覇空港から車で約60分、沖縄本島屈指のビーチリゾートである恩納村・西海岸エリアの沖縄海岸国定公園区域内に位置し、沖縄本島と一本の橋で繋がった瀬良垣島。  
ハイアット初の国内ビーチリゾート「ハイアットリージェンシー瀬良垣アイランド沖縄」内に誕生する『瀬良垣島教会』は、島の中でも爽やかな風が吹く海に近い絶景のチャペルで、前面のガラス越しに美ら海を臨むことができます。



<日本のウェディング業界初となるティファニー製の十字架を使用>

ARLUIS WEDDING



<チャペル外観>

T&G TAKE and GIVE NEEDS

## ジュエル・バイ・ザ・シー アット ハイアット リージェンシー グアム 2019年1月にリニューアルオープン

オープン：2019年1月

チャペル名：ジュエル・バイ・ザ・シー

所在地：1155 Pale San Vitores Road, Tumon, Guam 96913

収容人数：最大45名（着席）

ジュエル・バイ・ザ・シーは、スワロフスキー社製のクリスタルをシャンデリアと祭壇に無数に用いて“海辺の宝石箱”をコンセプトに創られたグアムの数あるチャペルの中でいちばん海に近いチャペルです。今回のリニューアルでは、ラグジュアリーな輝きだけでなく、海をより近く感じられるような爽やかな優しさと明るさを感じられる、まさにグアムの海を楽しむウェディング空間に生まれ変わります。

また、セレモニーの後は、ドリンクを片手にグアムの美しい海を贅沢に楽しめる『ホワイтサンズカフェ』がオープンします。



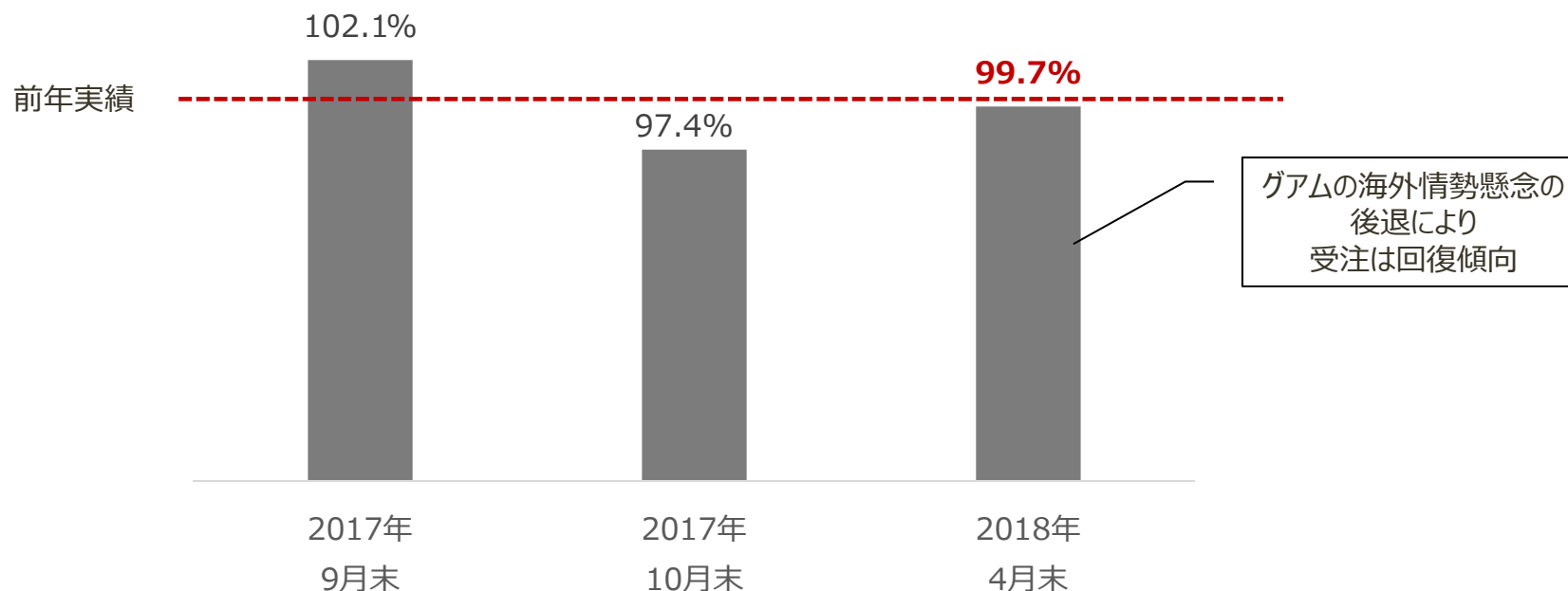
<チャペル内観>



<チャペル外観>

## 2019年3月期受注組数は、前期並みに回復 (2018年4月末時点)

### 2019年3月期受注組数 対前期比



## II 3-3. リゾートウェディング（単価・内製化比率）

国内  
ウェディ  
ング

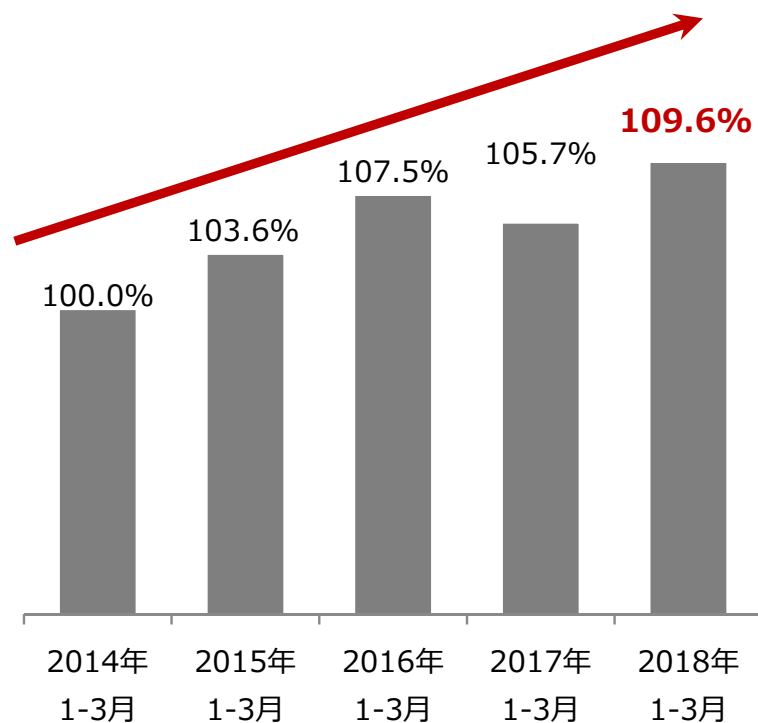
ホテル

海外・  
リゾート

### 単価・ドレス内製化が好調に推移し 売上総利益率向上に寄与

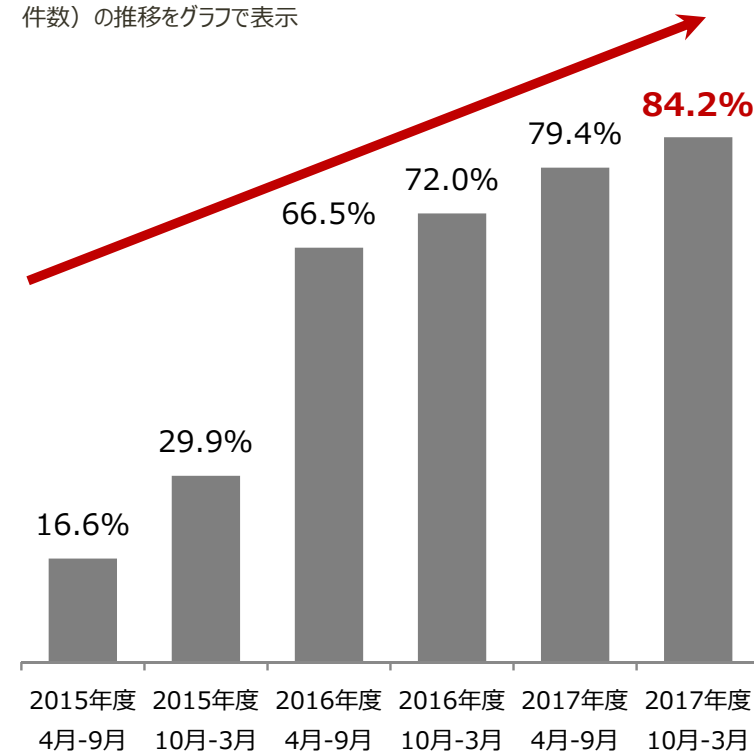
単価 前年比較\*1

\*1 2014年の各四半期の単価を100%とした場合の2014年から2018年のパーセンテージをグラフで表示。比較対象期間は各年1-3月期

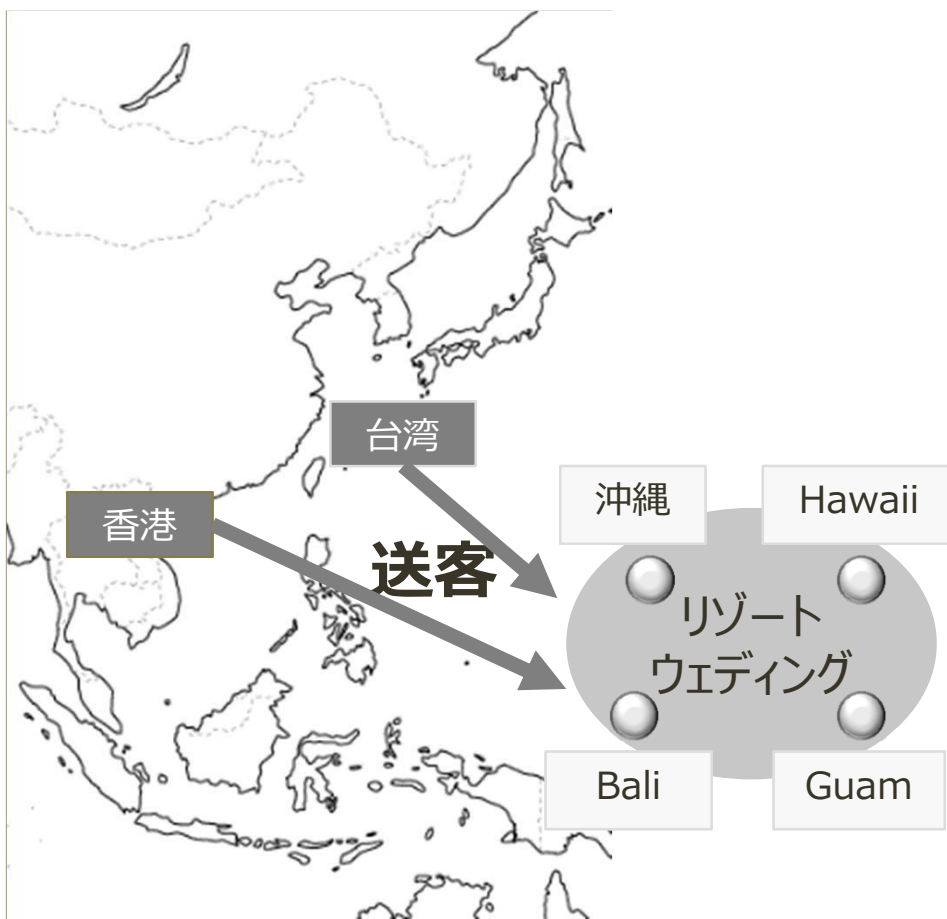


内製化比率推移\*2

\*2各年の6ヶ月間と直近3か月のドレスの内製化比率（=内製化した件数÷全件数）の推移をグラフで表示



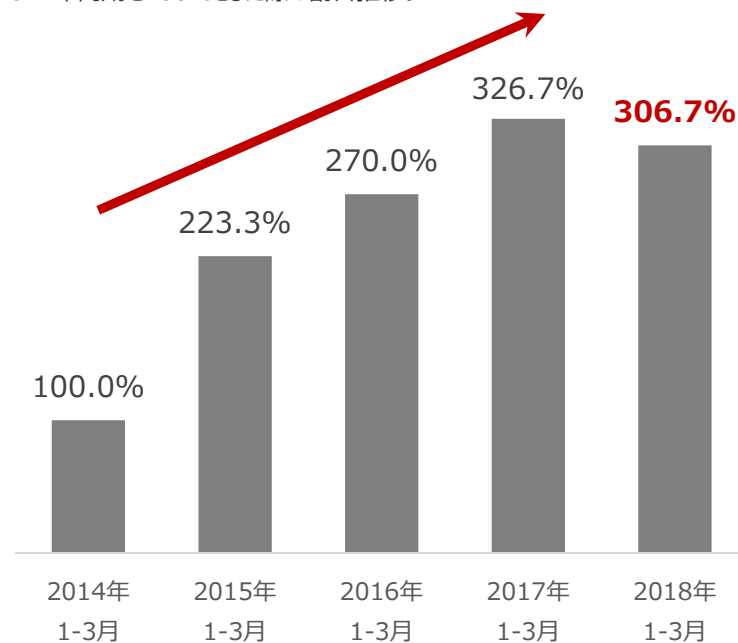
## アジア現地からのリゾートウェディング送客は好調に推移も 海外情勢により減少



ARLUIS WEDDING

施行件数 推移\*1

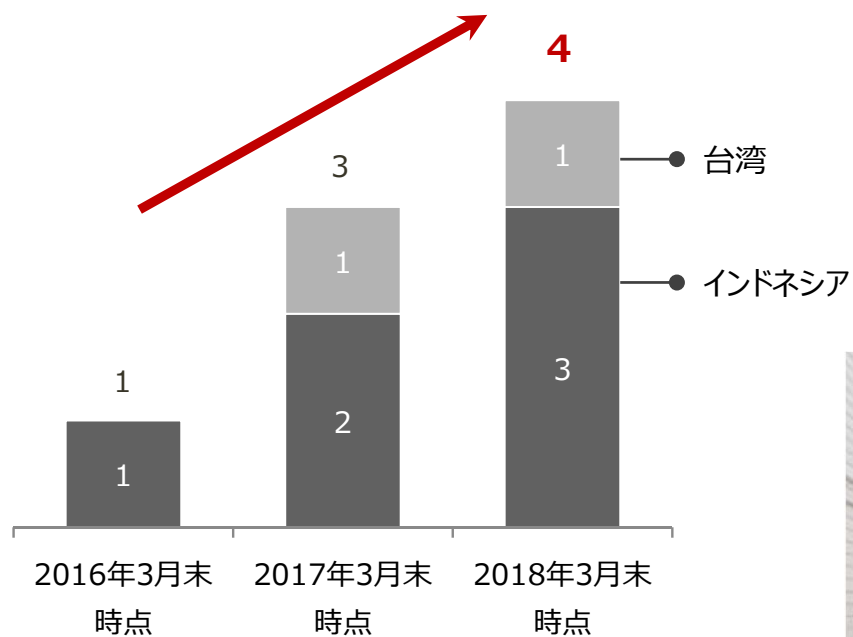
\*1 アジア各国から当社リゾート施設で施行した件数。  
2014年同期を100%とした際の割合推移。



## 外国人向けの拠点をアジアで拡大 台湾直営店は受注組数・単価ともに前期比増

### 海外ローカル 拠点数比較\*1

\*1拠点数の比較は、各年3月末時点での拠点数を表示



### 台湾直営店 実績\*2

\*2単価、施工組数：2018年3月期4Qの実績を前期比較  
受注組数：2017年の次期受注組数を100%とした場合のパーセンテージ

単価	前期比 106.5%
2018年1-3月 施行組数	前期比 221.1%
2019年3月期 受注組数	前期比 151.1%



〈海外直営1号店 シャトーデュフェリシテ〉 〈台湾で唯一のチャペル併設の式場〉



# III

2019年3月期 配当予想

---

*Dividend Forecast of  
FY Ending March 2019*

### III 2019年3月期 配当予想

## 1株当たり15円の期末配当を予想

	1株当たりの配当金		
	第2四半期末	期末	年間合計
2018/3	0円	15円	15円
2019/3 (予想)	0円	15円	15円

# IV

会場一覧

---

*Venue List*

# 直営店舗：全国68店舗（101会場）

※（株）ブライズワード 10店舗 21会場

（2018年3月31日現在）

## ■ 近畿エリア

アーセンティア迎賓館（大阪）  
アーフェリーク迎賓館（大阪）  
アクアガーデンテラス（大阪）  
ベイサイド迎賓館（神戸）  
山手迎賓館（神戸三宮）  
アーヴェリール迎賓館（姫路）  
北山迎賓館（京都）  
InStyle wedding KYOTO（京都）  
アクアテラス迎賓館（大津）  
ベイサイド迎賓館（和歌山）  
アルモニーアンブラス（大阪）※  
アルモニーアンブラスセイトハウス（大阪）※  
アルモニーアッシュ（姫路）※

## ■ 中国・四国エリア

アーククラブ迎賓館（広島）  
アーククラブ迎賓館（福山）  
アーヴェリール迎賓館（岡山）  
アーヴェリール迎賓館（高松）  
ベイサイド迎賓館（松山）  
ヒルサイドクラブ迎賓館（徳島）

## ■ 九州エリア

アーカンジェル迎賓館（福岡）  
アーフェリーク迎賓館（福岡）  
アーフェリーク迎賓館（小倉）  
ベイサイド迎賓館（長崎）

## ■ 信越・北陸エリア

アーククラブ迎賓館（新潟）  
アーヴェリール迎賓館（富山）  
アーククラブ迎賓館（金沢）  
ガーデンヒルズ迎賓館（松本）  
アルモニーピアン（松本）※



## ■ 東海エリア

ベイサイド迎賓館（静岡）  
アーセンティア迎賓館（静岡）  
アクアガーデン迎賓館（沼津）  
アーセンティア迎賓館（浜松）  
アーカンジェル迎賓館（名古屋）  
アーヴェリール迎賓館（名古屋）  
アクアガーデン迎賓館（岡崎）  
アーフェリーク迎賓館（岐阜）  
ガーデンクラブ迎賓館（三重）  
アルモニーテラス（岐阜）※  
アルモニーヴィラ オーザルダン（常滑）※

## ■ 北海道・東北エリア

ヒルサイドクラブ迎賓館（札幌）  
アーカンジェル迎賓館（仙台）  
アーククラブ迎賓館（郡山）

## ■ 東京

アーカンジェル代官山 TRUNK BY SHOTO GALLERY（渋谷）  
麻布迎賓館  
青山迎賓館 ヒルサイドクラブ迎賓館（八王子）  
アーフェリーク白金 ヴィクトリアガーデン 恵比寿迎賓館※  
白金倶楽部 アルモニーソルーナ表参道※  
表参道TERRACE

## ■ 関東エリア

アーカンジェル迎賓館（宇都宮）  
アーセンティア迎賓館（高崎）  
アーククラブ迎賓館（水戸）  
アーセンティア迎賓館（柏）  
アーヴェリール迎賓館（大宮）  
ガーデンヒルズ迎賓館（さいたま新都心）  
ベイサイドパーク迎賓館（千葉）  
アクアテラス迎賓館（新横浜）  
コットンハーバークラブ（横浜）  
山手迎賓館（横浜山手）  
BAYSIDE GEIHINGAN VERANDA minatimirai（横浜）  
茅ヶ崎迎賓館  
THE SEASON'S（横浜）※

# 直営ホテル・レストラン、業務提携先：全国15施設

(2018年3月31日現在)

## ■ 直営ホテル（4施設）

- ✓ TRUNK(HOTEL) (神宮前)
- ✓ ホテル アルモニーテラス (岐阜)
- ✓ アルモニーアンブラッセ (大阪)
- ✓ ホテル アルモニーサンク (小倉)

## ■ 直営レストラン（3施設）

- ✓ Pie Holic (横浜、六本木)
- ✓ BLUE POINT (白金台)

- : 業務提携先
- : 直営ホテル・レストラン



## ■ 業務提携先（8施設）

- ✓ 東京會館 (丸の内)
- ✓ REIMS YANAGIDATE (表参道)
- ✓ マノワール・ディノ (表参道)
- ✓ TENOHA DAIKANYAMA (代官山)
- ✓ イル・ブッテロ (広尾)
- ✓ TERAKOYA (武蔵野)
- ✓ 横浜ベイシェラトンホテル& Towers (横浜)
- ✓ ホテルプエナビスタ (松本)

# 海外・リゾート：17店舗、海外ローカル：4店舗

(2018年3月31日現在)



V

トピックス

---

*TOPIX*

## カンボジア小学校内に「GOOD LUCK LIBRARY」完成 開発途上国の子どもたちの教育環境整備を支援

世界を舞台に事業を展開する株式会社グッドラック・コーポレーションは、世界に7億8,100万人も読み書きができない人がいるという問題に寄与したいと考え、2016年から「結婚式1組あたり3ドル」を国際NGO「Room to Read」に寄付し、図書館を設置するプロジェクトを開始。このたび、そのプロジェクトが実を結び、カンボジア カンポンチャム州の小学校内に「GOOD LUCK LIBRARY」が完成しました。今後も、文字の読み書きの機会を創りだすため、一つでも多くの「GOOD LUCK LIBRARY」を寄贈できるよう取り組んでいきます。

### ■ Room to Readとは

「子どもの教育が世界を変える」を信念に、元MicrosoftのNo.2であったジョン・ウッド氏が、2000年に創設した国際的なNGO団体。読み書きの能力の育成と教育における男女格差の是正に焦点をあて、これまで1,160万人の子供たちをサポート。





## V TRUNK (HOTEL) 寄付実績

# TRUNK (HOTEL)

## SOCIALIZINGのコンセプトに基づきNPO5団体に寄付

持続可能な社会に向けて、社会貢献を取り入れた新たなライフスタイルを広めることを目指すTRUNK (HOTEL) は、誰しもが自らのライフスタイルの中で無理なく社会貢献に参加できるサービス・商品の企画を行っており、その活動の一環として、500万円／年を寄付することを目標にまいりました。

「一人一人が日々のライフスタイルの中で、自分らしく、無理せず等身大で社会的な目的をもって生活すること」という「SOCIALIZING (ソーシャライジング)」のコンセプトに基づき、同じ方向を目指すことができる団体、企業、個人を広く募集しています。

今後も、「誰かのために」「何かのために」なりたい  
そう思う多くの人々の「何かをはじめのきっかけ」を提供していきます。

### 2017 DONATION DESTINATION

#### — 寄付先団体及び企業 —

#### ◆ 渋谷みつばちプロジェクト

渋谷地域に建つビルなどの屋上で養蜂活動を行い、環境にやさしく健康にも良いはちみつを生産するプロジェクト。

#### ◆ 特定非営利活動法人BONDプロジェクト

渋谷を中心に問題を抱える若年女性を救うため、相談窓口の設置、問題認知を広げるイベントの開講、専門機関への働きかけなどの活動を展開。

#### ◆ 認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ

多様性が当たり前の社会を目指して。LGBTの豊かな生活を実現するために、カフェやシェアハウスなどの運営、企業コンサルティング、2020年に向けた情報発信など幅広い活動を行う。

#### ◆ ケアプロ株式会社

健康的な社会創りに貢献することをミッションとし、訪問健康診断やセルフ健康チェック等のサービスを提供。

#### ◆ 公益財団法人スペシャルオリンピックス日本

知的障害者のオリンピックであるスペシャル・オリンピックを支援。



## V 人材の活躍 RED U-35 グランプリ受賞

### アーククラブ迎賓館広島 赤井顕治

## 日本最大の料理人コンペティション RED U-35 グランプリ

「夢と野望を抱く、新しい世代の新しい価値観の料理人（クリエイター）を見出す日本最大級のコンペティション」  
RED U-35にて、T&Gの赤井顕治が 5代目グランプリ・RED EGG を受賞しました。

#### ■ RED U-35とは

35歳以下の若手料理人がスターシェフの座を競うコンペティション。日本の食業界の総力を挙げて開催されてきており、5回目の開催となる今回は、アジア・ヨーロッパを中心に12か国から、総勢448名がエントリー。顧客が結婚式において、最も重視するものの一つである「料理」。T&Gでは、より魅力的な料理を提供すべく、シェフを始めとした人材の育成、コンペティションへの参加を今後もバックアップしていきます。

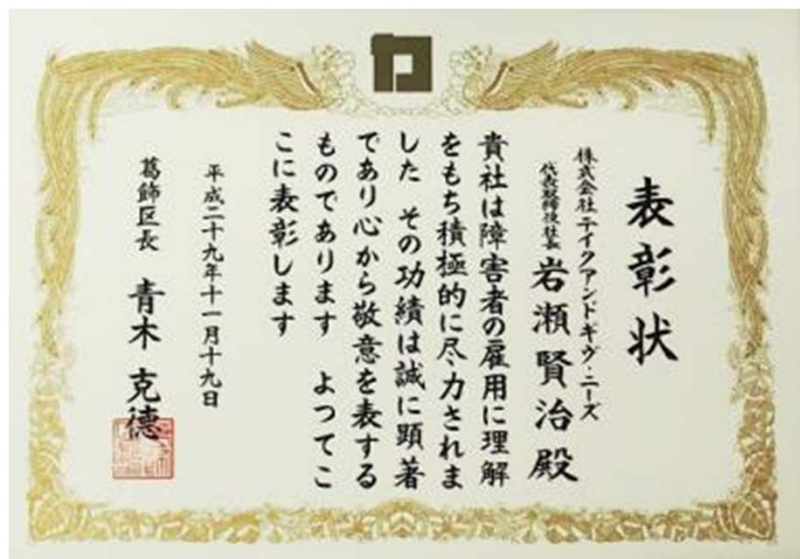


## 障がい者雇用の促進に貢献 「葛飾区障がい者福祉表彰」を受賞

障がい者雇用の促進に貢献したことが認められ、「葛飾区障害者福祉表彰」において、「優良事業所表彰」および「自立努力者表彰」の2部門で受賞しました。これまでに葛飾区の施設から10名の重度知的障がい者を雇用したこと、昨年葛飾区において講演会を実施し、障がい者雇用の促進に貢献したことが主な受賞理由となります。

「自立努力表彰」では、クリーンスタッフとして、8年間結婚式場の清掃を担当している社員 岩間惇が個人賞を受賞し、「長年に渡り企業に就労し、自立した生活をしていることが評価に値する」として葛飾区より表彰いただきました。

T&Gでは、これまで障がい者雇用を積極的に行い、「社会貢献」と「会社の成長」を実現すべく様々な取組を行ってまいりました。今後も、社会課題の解決と企業の成長を両立し、社会・企業双方に価値を生み出す取組みを推進して参ります。



## V ダイバーシティ アスリート人材の活躍

# T&G初のアスリート採用「五十嵐千尋」が快挙 日本選手権6連覇を達成！

T&G初のアスリートアンバサダーとして採用した社員 五十嵐千尋が、2018年4月に開催された日本選手権の200m・400m自由形で優勝。400m自由形は2013年以来続く6連覇を達成。100m自由形でも自己ベストを更新し3位入賞、出場3種目全てで表彰台にあがる結果となりました。

今回の結果を受けて、2018年8月の「パンパシフィック水泳選手権2018」および「アジア競技大会」のリレー種目において、日本代表として出場が決定しています。

今後も、「アスリートアンバサダー」が競技に集中できる環境を整え、「人の心を、人生を豊かにする」という企業理念を五十嵐千尋と共に、競技活動を通じて実現して参ります。



五十嵐 千尋  
1995年5月24日 神奈川県出身

高校3年生の時に、日本選手権400m自由形で優勝して以来、同選手権6連覇。2016年には、リオデジャネイロオリンピックにも出場し、日本女子自由形のリーダーとして個人種目とリレーで世界を舞台に活躍中。

## V 「8年越しの花嫁」動員数200万人

# 奇跡の実話映画は動員数200万人を突破 舞台となった会場の受注組数は前期比129.8%※

当社直営の結婚式場で実際に起こった感動の実話を映画化した『8年越しの花嫁』は、2017年12月16日に全国320スクリーンで公開され、動員数は200万人を突破し、大きな反響を呼びました。  
YouTubeの当社チャンネル内では、本動画が再生回数174万回を超えています。

また、奇跡の実話が起こった「アーヴェリール迎賓館 岡山」。  
映画の撮影に使用された「アーククラブ迎賓館 福山」の映画公開日以降の受注組数は、前期比で129.8%となり、認知度向上に寄与しています。



<アーヴェリール迎賓館（岡山）>



<アーククラブ迎賓館（福山）>



7月DVD発売予定  
発売・販売元：松竹 c2017 映画「8年越しの花嫁」製作委員会

※アーヴェリール迎賓館（岡山）アーククラブ迎賓館（福山）で、映画公開日から2018年4月末の期間に受注した組数の前期比

## V 特別招聘教授 就任

# 代表取締役会長 野尻佳孝 明治大学経営学部 特別招聘教授に就任

1998年 T&Gを創業し、ハウスイディング業界のパイオニアである代表取締役会長の野尻佳孝が、母校 明治大学 経営学部の特別招聘教授に就任いたしました。

明治大学の担当講義では「企業の実際の課題に対して、解決策および実行計画を検討・策定するプロジェクト型学習」を担当します。2017年 OPEN直後から、各方面で話題となり、好調な業績を生み出しているTRUNK（HOTEL）の実例を元に、ブライダル・ホテル事業に関連する課題について、学生のみなさまと学びを深めて参ります。



## V 2018年 新卒採用

# 人材確保の取り組みの多様化により 2018年新卒 151名が入社

新卒の売り手市場が続く日本において、人材確保の難しさが続いています。T&Gは多くの学生に応募をいただき、内定競争倍率は100倍以上となりました。  
そして、2018年4月に、150名を超える新入社員が仲間に加わりました。「就職四季報プラスワン」によると、新卒採用を行っている数千社の中で、内定競争倍率100倍以上の企業は、上位50位前後の限られた企業となっています。

将来の優秀人材を確保するため、インターンシップや説明会を実施することはもちろん、大手専門学校や大学と産学連携を行い、ウェディング業界を支える人材を「育てる」ことから始めている営みが、少しずつ実を結んでいます。

今後も、未来を創る優秀な人材を確保すべく、様々な取り組みを実施して参ります。



<内定式の様子>



<入社式の様子>

人の心を、人生を豊かにする

T&G

TAKE and GIVE NEEDS